



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marcomm*  
Nita Khatulistiwa  
44311120001

Customer Relationship Marketing PT Astrido Jaya Mobilindo Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Tahun 2017

Jumlah Halaman : x + 81 Halaman + Lampiran + CV

### ABSTRAK

Setiap perusahaan harus menjalin hubungan dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas. PT Astrido Jaya Mobilindo adalah perusahaan dealer Toyota yang memiliki beberapa cabang salah satunya Astrido Toyota Yos Sudarso. Dalam menghadapi persaingan bisnis otomotif, Astrido Toyota Yos Sudarso perlu melaksanakan strategi *Customer Relationship Marketing*. Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui bagaimana implementasi CRM yang dilaksanakan oleh Astrido Toyota Yos Sudarso dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Konsep penelitian ini mengacu pada proses CRM IDIC yaitu *Identification, Differentiation, Interact, dan Customized* dari Lukas Ade. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai pelaksanaan CRM Astrido Toyota Yos Sudarso melalui proses IDIC dalam penjualan dan service. Peningkatan loyalitas karena program dijalankan sesuai standarisasi dan program SSD (Senyum Sapa Dampingi) sebagai acuan bagi seluruh karyawan.

Penelitian ini menyimpulkan pelaksanaan CRM yang dijalankan menggunakan konsep CRM melalui proses IDIC dengan melakukan *tracking DEC (Delivery Expectation to Customer)* pada bidang penjualan. Program VOC (*Voice of Customer*), program *Birthday Customer*, dan program SSD (Senyum Sapa Dampingi) pada bidang servis.